



PROGRAMACIÓN DE GESTIÓN DE COMPRAS

**2º de Grado Medio del Ciclo Formativo de
Técnico en Actividades Comerciales**

**DEPARTAMENTO DE COMERCIO Y
MARKETING**

**I.E.S. LAS SALINAS
SAN FERNANDO (CÁDIZ)
CURSO: 2020/2021**



ÍNDICE

1. Resultados de aprendizaje	3
4. Contenidos	5
4.1. Contenidos del Módulo	5
4.2. Secuencia y distribución temporal de unidades de trabajo	11
5. Metodología.....	12

1. Resultados de aprendizaje

Los Resultados de Aprendizaje (RA) son un conjunto de competencias contextualizadas en el ámbito educativo y que supone la concreción de los *Objetivos Generales* identificados para un Módulo Profesional determinado.

Este conjunto de Resultados de Aprendizaje, constituyen el eje vertebral de nuestra programación. Así pues, comenzaremos por realizar una ponderación de cada resultado de aprendizaje, en función de su contribución para alcanzar la *Competencia General* del título y las *Competencias Profesionales, Personales y Sociales* asignadas para nuestro módulo a través de los *Objetivos Generales*.

1. Determina las necesidades de compra de un pequeño establecimiento comercial, realizando previsiones de ventas a partir de datos históricos, tendencias, capacidad del punto de venta y rotación.
2. Realiza planes de aprovisionamiento de mercaderías, utilizando técnicas de selección de proveedores que garanticen el suministro permanente y periódico de la tienda. seleccionar y/o actualizar la información de proveedores.
3. Tramita la documentación de compra de mercaderías, realizando pedidos, controlando albaranes y haciendo efectivas facturas según los procedimientos seguidos habitualmente con proveedores o centrales de compra.
4. Gestiona y controla el proceso de recepción de pedidos, verificándolos de acuerdo con los criterios comerciales establecidos con los proveedores, distribuidores y distribuidoras comerciales o centrales de compra.
5. Comprueba la idoneidad del surtido implantado en el establecimiento comercial, calculando su rentabilidad y detectando productos caducados, obsoletos y oportunidades de nuevos productos.
6. Realiza la gestión de compraventa de un establecimiento comercial, utilizando el terminal punto de venta (TPV).

2. Contenidos

La estructura de cada título está diseñada para que cada Resultado de Aprendizaje se desarrolle a través de un número determinado de Criterios de Evaluación. A estos elementos curriculares se le asocian unos Contenidos Básicos que permiten alcanzar las competencias definidas para cada Módulo Profesional.

2.1. Contenidos del Módulo

La estructura de los Contenidos Básicos es un conjunto de bloques de contenido (cada uno de ellos asociado a un Resultado de Aprendizaje), un conjunto de subbloques de contenido (cada uno de ellos asociado a un Criterio de Evaluación), y un conjunto de elementos de contenido (que sirven para desarrollar los anteriores).

Para este módulo profesional, los Contenidos Básicos son:

Unidad 1.- LA GESTIÓN DE COMPRA EN LA PEQUEÑA EMPRESA.

Contenidos:

- . La función logística en la empresa.
- . El ciclo de compras.
- . Las variables del servicio al cliente.
- . Los conceptos de calidad total y Just in Time.
- . Los costes logísticos.

Criterios de evaluación:

- . Identificar la función logística en la empresa.
- . Estipular el ciclo de compras.
- . Establecer las variables de calidad y el nivel de servicio.
- . Conocer el concepto de calidad total.
- . Determinar el sistema de aprovisionamiento denominado Just-in-Time.
- . Calcular los costes logísticos.

Unidad 2.- PREVISIÓN DE LA DEMANDA Y GESTIÓN DE STOCKS.

Contenidos:

- . La previsión de ventas.
- . Las variaciones de la demanda.
- . La planificación de las compras.
- . El stock de la empresa.
- . Los sistemas de aprovisionamiento.

Criterios de evaluación:

- . Realizar las previsiones de ventas, analizando la información recogida, empleando técnicas estadísticas.
- . Determinar los períodos de mayor y menor demanda, según la estacionalidad y la evolución de la actividad comercial de la zona.
- . Utilizar hojas de cálculo para comparar las cifras de ventas previstas y las reales.
- . Establecer la rotación del producto y la capacidad y coste del almacenamiento.
- . Realizar la programación de compras de mercaderías con suficiente antelación y periodicidad, a fin de asegurar el abastecimiento del establecimiento

Unidad 3.- EL CANAL DE DISTRIBUCIÓN.

Contenidos:

- . El canal de distribución.
- . Las funciones de los intermediarios.
- . Los tipos de canales: directo, corto, largo y muy largo.
- . Los tipos de intermediarios mayoristas.
- . Los tipos de intermediarios minoristas.
- . El comercio electrónico.

Criterios de evaluación:

- . Identificar los distintos intermediarios que aparecen en el canal de distribución.
- . Conocer las funciones de cada tipo de intermediario.
- . Clasificar los distintos tipos de canales.
- . Determinar las funciones de los intermediarios mayoristas y minoristas.

- . Identificar los canales de distribución en Internet.
- . Identificar los distintos tipos de intermediarios, en la regulación de la Ley del Comercio Interior de Andalucía.

Unidad 4.- SELECCIÓN DE PROVEEDORES.

Contenidos:

- . Las distintas fuentes de información sobre proveedores.
- . La ficha del proveedor.
- . La solicitud de ofertas.
- . La evaluación y selección de proveedores.
- . La negociación con los proveedores.
- . El análisis del desempeño.

Criterios de evaluación:

- . Gestionar la información necesaria acerca de los proveedores.
- . Realizar solicitudes de pedidos de materiales.
- . Evaluar y seleccionar las ofertas de distintos proveedores.
- . Negociar las ofertas con los proveedores.
- . Analizar el desempeño de cada proveedor.

Unidad 5.- EL CONTRATO DE COMPRAVENTA

Contenidos:

- . El contrato de compraventa civil y mercantil.
- . Los elementos del contrato.
- . Las obligaciones de las partes contratantes.
- . El pliego de condiciones del contrato.
- . Los aspectos formales del contrato.
- . Los contratos de suministro y de transporte de mercancías.

Criterios de evaluación:

- . Diferenciar los distintos tipos de contratos de compraventa.
- . Identificar los elementos de un contrato.

- . Determinar las obligaciones de las partes contratantes.
- . Conocer las distintas cláusulas que se pueden incorporar en un contrato.
- . Identificar las partes de un contrato de compraventa.
- . Conocer las características de otros tipos de contratos.

Unidad 6.- TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EN LA TRAMITACIÓN DE COMPRAS

Contenidos:

- . La importancia de las técnicas de comunicación en la gestión de compras.
- . La comunicación escrita.
- . La comunicación verbal y no verbal.
- . La comunicación telemática.

Criterios de evaluación:

- . Diferenciar los distintos tipos de comunicación que puedan darse en una empresa.
- . Llevar a cabo una comunicación escrita adecuada.
- . Conocer las pautas a seguir en una comunicación verbal.
- . Identificar mensajes a través de la comunicación no verbal.
- . Reconocer los sistemas de comunicación telemática en el proceso de compras.

Unidad 7.- LOS DOCUMENTOS RELACIONADOS CON LA COMPRAVENTA

Contenidos:

- . Los elementos comunes de los documentos de compraventa.
- . El pedido y las órdenes de compra.
- . El albarán de entrega.
- . La factura convencional, la factura simplificada y la factura electrónica.
- . La factura proforma, el duplicado de factura y la factura rectificativa.
- . La carta de porte.

Criterios de evaluación:

- . Identificar y utilizar los diferentes tipos de documentos relacionados con la compraventa y el suministro de mercancías.
- . Interpretar los documentos generados por los proveedores y comprender las responsabilidades por las cláusulas que figuran en ellos.
- . Realizar los cálculos que procedan, para obtener el importe que figurará en la factura.
- . Identificar, relacionar y comprender los documentos de transporte.
- . Tramitar la documentación de compra de mercaderías, realizando pedidos, controlando albaranes y haciendo efectivas las facturas, según los procedimientos seguidos habitualmente con proveedores o centrales de compras.

Unidad 8. - LOS MEDIOS DE COBRO Y PAGO EN LA COMPRAVENTA.

Contenidos:

- . El recibo.
- . El cheque.
- . El pagaré.
- . La letra de cambio.
- . La transferencia bancaria.
- . Las tarjetas de crédito y débito.

Criterios de evaluación:

- . Conocer la importancia de los medios de pago en las relaciones comerciales.
- . Clasificar los medios de pago atendiendo al uso.
- . Identificar y utilizar los diferentes medios de pago.
- . Conocer, identificar y gestionar los medios de pago más habituales de los establecimientos comerciales.

Unidad 9. - LA RECEPCIÓN DE PEDIDOS.

Contenidos

- . La recepción de mercancías.
- . La carta de reclamación.
- . El inventario teórico y real.
- . La pérdida desconocida.
- . El embalaje y la relación con la normativa medioambiental.

Criterios de evaluación:

- . Efectuar una correcta recepción de las mercancías.
- . Diferenciar las fases a seguir en la recepción de pedidos.
- . Reconocer posibles incidencias.
- . Establecer un procedimiento de comunicación.
- . Identificar las herramientas o utensilios necesarios para un adecuado desembalaje.
- . Conocer la normativa de carácter medioambiental.
- . Identificar las características del software de gestión del almacén.

Unidad 10.- GESTIÓN DEL SURTIDO.

Contenidos:

- . Principales ratios de rentabilidad del surtido.
- . Valoración del cliente.
- . Análisis del surtido.
- . Modificación del surtido.
- . Fuentes de información: ferias, publicaciones, fuentes online.
- . Plan de revisión de productos.
- . Plan de liquidación de productos.
- . Análisis de la competencia.
- . Incorporación de nuevos productos.

Criterios de evaluación:

- . Calcular la rentabilidad de los productos ofertados, empleando ratios de las cifras de ventas y de los márgenes de beneficios.
- . Valorar el atractivo de los productos ofertados, entrevistando o encuestado a los clientes
- . Sistematizar la información obtenida sobre nuevas tendencias e innovaciones de productos.
- . Elaborar un plan de revisión de productos caducados o con riesgo de obsolescencia, analizando las ventas y el grado de satisfacción de los clientes.
- . Elaborar un plan de liquidación de los productos, decidiendo las acciones necesarias y los plazos de ejecución.
- . Obtener información de los productos que ofrece la competencia, con el fin de realizar un análisis comparativo.

Unidad 11.- EMPLEO DEL TERMINAL PUNTO DE VENTA (TPV) EN LA GESTIÓN DE COMPRAVENTA.

Contenidos:

- . El Terminal Punto de Venta (TPV).
- . El software de gestión del TPV
- . La gestión del pedido, el albarán y la factura, correspondientes a la compra.
- . La realización de los documentos correspondientes a la venta.
- . Las operaciones de caja utilizando el TPV.
- . La elaboración de informes de los datos registrados en el TPV.

Criterios de evaluación:

- . Instalar el software en el TPV, para gestionar las operaciones de un pequeño establecimiento.
- . Crear una empresa nueva en el TPV, y dar de alta a proveedores, artículos y clientes.
- . Formalizar compras a los proveedores, siguiendo el proceso completo desde el pedido hasta la factura.
- . Efectuar ventas a los clientes, realizando los documentos correspondientes.
- . Realizar cobros de mercancías mediante el TPV.
- . Ejecutar el arqueo de caja.

2.2. Secuencia y distribución temporal de unidades de trabajo

1 Evaluación	Unidad		Horas	RA´s implicados
	1	La gestión de compras en la pequeña empresa	5	RA1
	2	Previsión de la demanda y Gestión de stocks	9	RA1 RA2
	3	El canal de Distribución	6	RA2
	4	Selección de proveedores	10	RA2
	5	El contrato de Compraventa	7	RA2
	6	Técnicas de comunicación en la tramitación de compras	7	RA3
2 Evaluación	Unidad			
	7	Documentos relacionados con la compraventa	7	RA3
	8	Los medios de cobro y pago	7	RA3
	9	La recepción de los pedidos	8	RA4
	10	Gestión del surtido	8	RA5
	11	terminal Punto de Venta	9	RA6

3. Metodología

Al inicio de cada unidad didáctica se realizará una introducción a la misma, indicando los aprendizajes que se esperan obtener y los contenidos así como los objetivos a alcanzar.

Explicación de los contenidos de cada unidad didáctica utilizando los recursos necesarios según la temática.

Una vez finalizada la explicación se realizarán actividades a nivel individual y en grupo de cada unidad didáctica para la comprensión de la misma y actividades de evaluación para comprobar el aprendizaje.

La proporción de clases telemáticas está al 50% esto significa que de las cuatro horas semanales de clase dos son telemáticas y dos son presenciales. La programación del aula semanal se plantea procurando realizar las explicaciones en las sesiones presenciales dejando los contenidos más teóricos para su estudio durante las horas no presenciales.